

Organik Test → Reklamda Büyüt Planlama Şablonu — Organic+Paid Loop (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, organik içerikleri test edip kazanan kreatifleri reklamlarda ölçeklemek için “test -->scale” (test et -->büyüt) döngüsünü standartlaştırır. Funnel (pazarlama hunisi) aşamalarına göre kreatif setleri (awareness/consideration/conversion/remarketing) planlamanıza yardımcı olur. UTM/GA4 alanlarıyla ölçümün doğru okunmasını ve organik–reklam sinerjisinin raporlanmasını kolaylaştırır.


Kim Kullanır?: Meta Ads kullanan otel, turizm ve B2B pazarlama ekipleri ile ajans performans ekipleri.

Nasıl Kullanılır?

- Organik test havuzunu (hook/çengel ve format varyasyonları) planlayın ve test sonuçlarını şablona kaydedin.
- Organik test aşamasında kazanan içerikleri ücretli reklamlara (paid) taşıyıp funnel adımlarına göre bütçe ve hedefleme atamalarını yapın.
- Aylık veri raporlarından elde edilen öğrenimleri organik içerik brief'lerine geri besleme (feedback) olarak aktarın ve döngüyü tekrarlayın.

TEMPLATE – Organic Test → Paid Scale (Boş Şablon)

A) Organik Test Planı


 Ekleriniz arasında yer alan **image_382297.png** dosyasında detaylandırıldığı üzere, organik test aşamalarını izleyeceğiniz tablonun teknik yapısı şu şekildedir:

Tarih	Kanal	İçerik fikri	Hook	Format	KPI sinyali	Sonuç	“Reklama uygun mu?”
...	E/H

B) Kazanan Kreatif Seçim Kriterleri

- Rasyonel Kazanan Kriteri:** [Kaydetme Oranı + Tıklama Oranı + DM Etkileşim Sinyalleri]
- Dönem Başına Seçilecek Kreatif Sayısı:** [2–3 Adet Başat İçerik]
- Stratejik Not:** Beğeni veya izlenme gibi "vanity metrics" (gösteriş metrikleri) tek başına bütçe büyütme için yeterli bir kriter değildir; doğrudan derin etkileşime ve aksiyon sinyallerine bakılmalıdır.

C) Funnel Kreatif Seti (Paid)

 Ekleriniz arasında yer alan **image_38225d.png** dosyasında yapılandırıldığı üzere, ücretli reklam kampanyalarındaki huni ve kreatif dağılım matrisi şu şekildedir:

Aşama	Hedefleme	Kreatif türü	Mesaj	CTA	KPI
Awareness	Geniş kitle	Kısa video	Erişim / izlenme
Consideration	İlgi / benzer	Carousel rehber	CTR / oturum
Conversion	Sıcak kitle	Teklif / proof	CPA / CPL / ROAS
Remarketing	Site / engagers	İtiraz çözücü	Dönüşüm

D) Bütçe & Frekans Planı

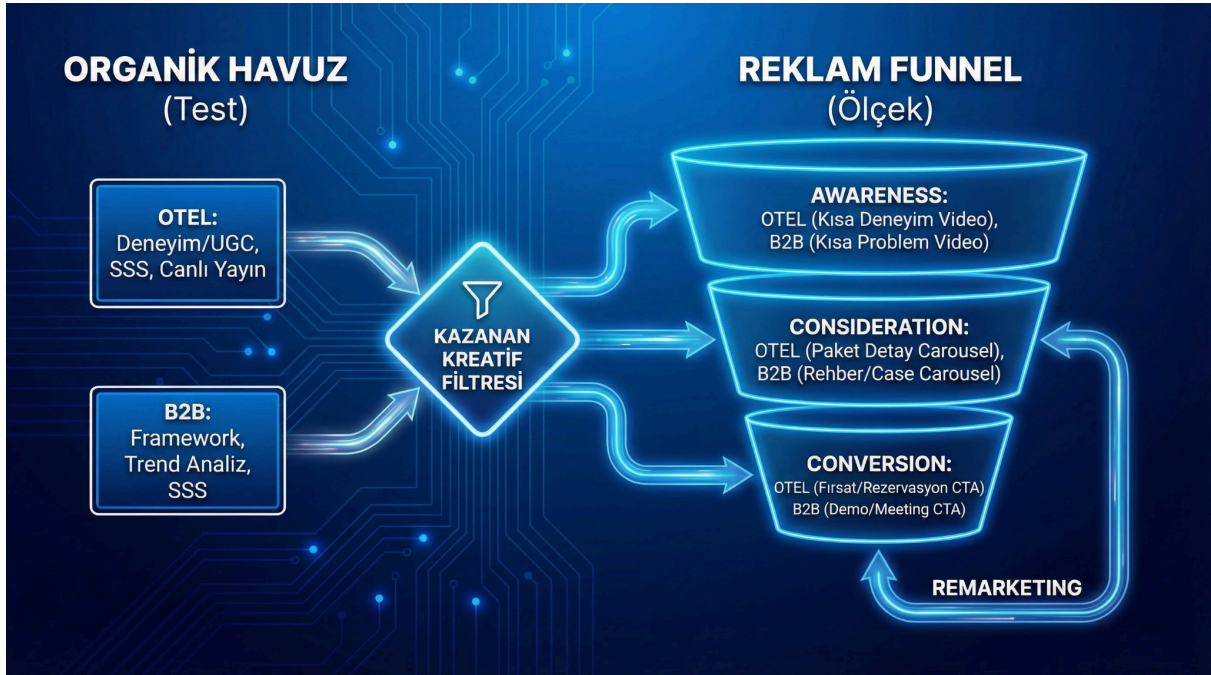
- **Test Bütçesi Dağılımı:** [...] (*Organik sinyalleri doğrulamak için ayrılan mikro bütçe*)
- **Scale (Ölçekleme) Bütçesi Dağılımı:** [...] (*Kazanan kreatifleri geniş kitlelere ulaştırma bütçesi*)
- **Remarketing (Yeniden Pazarlama) Bütçesi:** [...] (*Hununin alt tabanını dönüştürme bütçesi*)
- **Frekans Tavanı Sınırı:** [...] (*Kullanıcıları reklamlarla boğmamak için belirlenen gösterim sınırı*)

E) Tracking & Teknik Ölçüm Notları

- **Landing URL (Varış Sayfası Hedefi):** [...]
- **Kampanya UTM Standardı:** [...] (*Organik ve paid trafiğin performansını GA4 üzerinde ayrıştıracak etiket yapısı*)
- **GA4 Event / Konversiyon (Dönüşüm) Tanımları:** [...] (*Lead, rezervasyon başlatma veya form doldurma tetikleyicileri*)
- **Kanal Eşleştirme ve Atıf (Attribution) Notları:** [...]

Organik + Reklam Planlama Kontrol Listesi

- [] Organik mecrada test edilecek olan farklı hook ve kreatif format varyasyonları hazırlandı.
- [] Gösteriş metriklerinden arındırılmış, veriye dayalı kazanan içerik seçim kriterleri yazılı hale getirildi.
- [] Paid kanalı için funnel kreatif seti 3–4 aşamalı (Awareness'tan Remarketing'e) mimaride kuruldu.
- [] Reklam bütçeleri; test, scale ve remarketing kırımlarına göre rasyonel şekilde ayrıldı.
- [] Hunideki trafik akışını doğru okumak adına UTM parametreleri ve GA4 event entegrasyonları doğrulandı.
- [] Reklam panelinden elde edilen veri öğrenimleri, yeni organik içerik brief'lerini beslemek üzere sisteme geri aktarıldı.



Organik kanalda test edilen bir kreatif fikrinin performans süzgecinden geçerek paid funnel aşamalarına nasıl dağıtıldığını ve bütçelendirildiğini gösteren döngüsel akış şeması

ORGANİK + REKLAM PLANLAMA CHECKLIST

- ✓ Organik test varyasyonları planlandı
- ✓ Kazanan kreatif kriteri net
- ✓ Funnel bazlı reklam setleri hazır
- ✓ Bütçe katmanları (Test/Scale/Rem) ayrıldı
- ✓ UTM/GA4 uyumu doğrulandı

Performans pazarlama ve sosyal medya ekiplerinin ortak kreatif toplantılarında el altında bulundurabileceği, operasyonel adımları doğrulayan kompakt kontrol kartı tasarımı